

【楽天市場】運用型広告の完全攻略ガイド

～RPP・クーポンアドバンス・TDA・楽天市場広告～



2026年3月



1. はじめに
2. 楽天市場内の運用型広告一覧
3. RPP広告（検索連動型広告）：検索トラフィックの確保とSEO相乗効果
4. クーポンアドバンス広告：クーポンの販促効果による転換率（CVR）の改善
5. TDA広告：属性・行動データに基づいた認知と再訪の促進
6. 楽天市場広告：大型セール時におけるアクセス数の最大化
7. おわりに

1. はじめに

2. 楽天市場内の運用型広告一覧

3. RPP広告（検索連動型広告）：検索トラフィックの確保とSEO相乗効果

4. クーポンアドバンス広告：クーポンの販促効果による転換率（CVR）の改善

5. TDA広告：属性・行動データに基づいた認知と再訪の促進

6. 楽天市場広告：大型セール時におけるアクセス数の最大化

7. おわりに



● 背景

- 楽天市場における競合店舗の増加と検索アルゴリズムの高度化により、単なる出品だけでは露出が困難となっており、緻密な広告運用の重要性がかつてないほど高まっています。
- さらに、検索順位を上げるためには「検索経由の売上実績」を積み上げることが必須となっており、戦略的な広告運用なしには安定的な露出・売上確保が困難な状況です。

● 目的

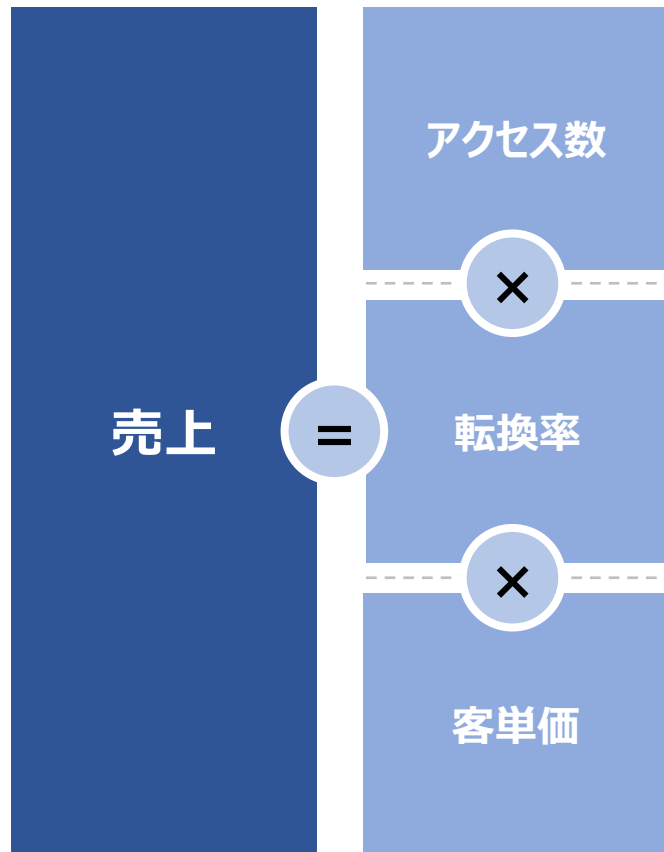
- 主要な運用型広告とイベント広告の特性を整理・統合し、売上の方程式に基づいた投資対効果（ROAS）最大化のための具体的スキームを提示することを目的とします。
- 各メニューを売上の方程式に紐付けて最適化することで、短期的な売上ブーストだけでなく、店舗全体の検索スコア向上を伴う持続的な成長サイクルの構築を目指します。



はじめに（ECサイトにおける売上の公式とは）

ECにおける売上は、「アクセス数×転換率×客単価」という方程式によって成り立っています。

売上の公式



定義（楽天RMS 店舗運営ナビより）

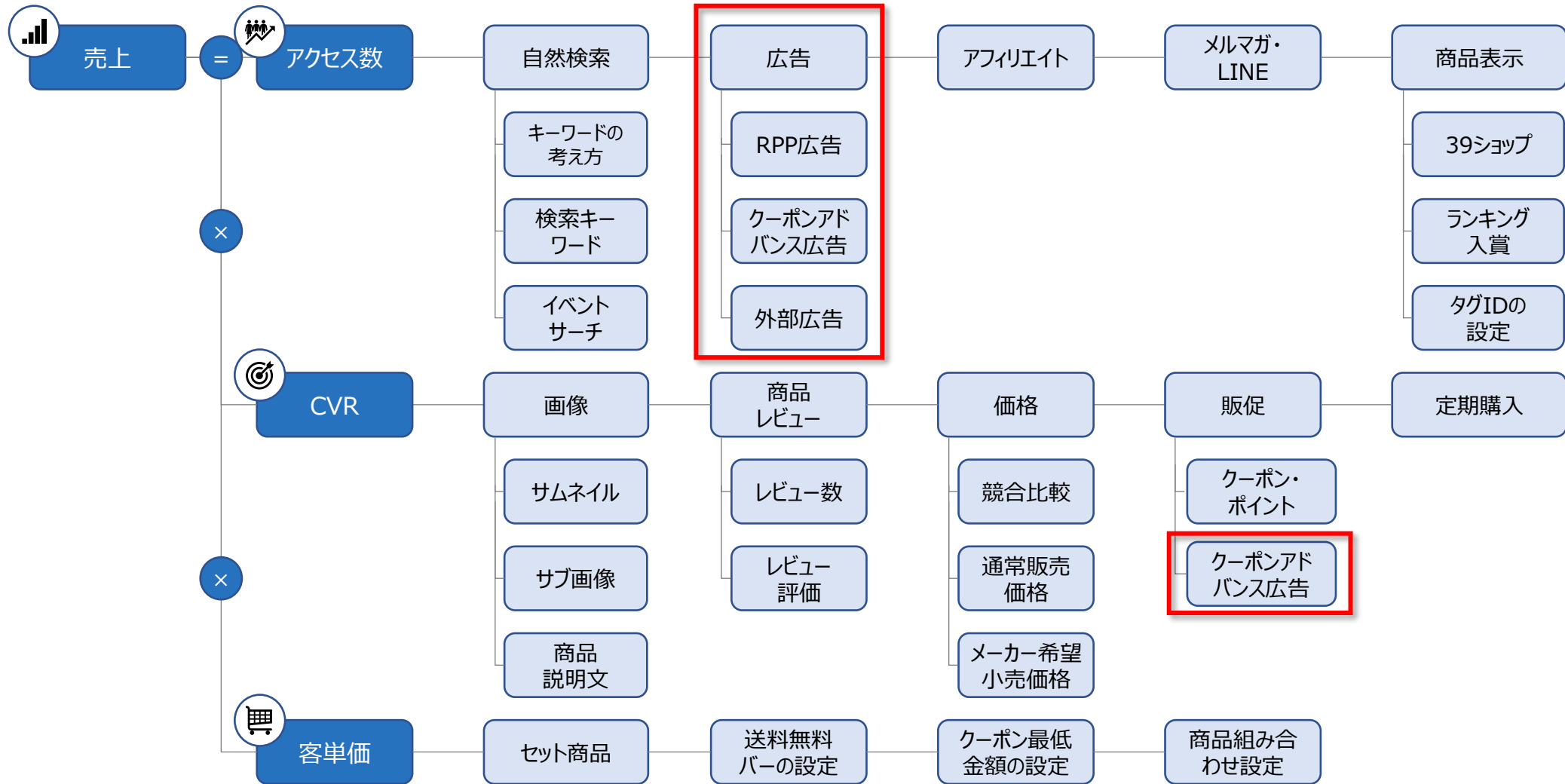
ページを訪問したアクセス人数（人）です。
ページ訪問開始から30分以内の訪問を1とカウントしています。
ページ離脱から30分以上経過して再訪問した場合には、アクセス人数は新たに1とカウントされます。

ページを訪れたひとのうち、どのくらい購入にいたったかを数値にしたもの
＜算出方法＞
売上件数÷アクセス人数

売上件数 1 件に対する売上金額の平均値
＜算出方法＞
売上÷売上件数

はじめに（楽天市場における売上向上ドライバー）

ECで売上を上げるには、売上を構成するアクセス数、転換率、客単価をそれぞれ効率的に伸ばしていくことが重要です。本日は主にアクセス数に大きな影響を及ぼす「広告」についてご説明します。



(参考) 楽天市場実施施策一覧



調査	認知	検索	サイト訪問			レポート	
			検索結果	商品ページ	購買の後押し	2回目購入	3回目購入
市場調査	広告運用	商品名・商品説明	サムネイル	サブ画像	クーポン	メルマガ	定期購入
ターゲットの選定	超目玉・目玉枠	キーワード選定	お得情報	機能など商品解説	〇〇%OFF	メルマガ登録促進バナーを作成・設置	メルマガ
ターゲットの市場規模調査	イベント広告	キーワード追加	権威付け	UGCの活用	〇〇円以上購入で〇〇円OFF	メルマガ登録用にクーポンを発行する	購買期間ごとに割引率を分け配信
カスタマージャーニー接点洗い出し	TDA広告	広告運用	機能紹介	ランキング情報	2個セット購入で〇〇円OFF	メルマガ限定セール	LINE
購買データ分析	TDA-EXP広告	RPP広告	写真背景	権威付け	商品別クーポン	LINE	LSEGでセグメント
CAC	アフィリエイト広告	クーポンアドバンス広告	キャッチフレーズをいれる	セット商品訴求	時間限定クーポン	LINE登録促進バナー	
LTV	グループ外広告		アイコン	大容量セットへの導線	ポイント	LINE友達登録用にクーポンを発行する	
新規数	DM		ランキング入賞	まとめ買いお得クーポン発行	ポイント変倍	項目選択肢追加	
F2転換率			クーポン	組み合わせ販売設定	24時間限定ポイント	リッチメニュー4面	
流入分析			ポイント変倍	ギフト対応	商品レビュー	カードタイプメッセージ	
デモグラ分析			サイドバー	包装・熨斗対応	レビューを書いたらクーポンプレゼント	LINE限定セール	
キーワード分析			ディレクトリID	袋セットの訴求	レビューを書いたら商品プレゼント	LSEGでセグメント	
広告運用データ			タグID	回遊導線	らくらくーぽんの活用	同梱物	
データ確認			二重価格表記	関連商品への導線設定	ファンくるの活用	パンフレット	
設定確認				キャンペーンバナーの設置		キャンペーン告知	

1. はじめに

2. 楽天市場内の運用型広告一覧

3. RPP広告（検索連動型広告）：検索トラフィックの確保とSEO相乗効果

4. クーポンアドバンス広告：クーポンの販促効果による転換率（CVR）の改善

5. TDA広告：属性・行動データに基づいた認知と再訪の促進

6. 楽天市場広告：大型セール時におけるアクセス数の最大化

7. おわりに



各広告の概要と費用対効果、コスト、インパクトをまとめました。次ページ以降で各広告の活用方法等を説明していきます。

	概要	費用対効果 (優先度)	コスト	インパクト	運用工数
RPP広告	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 楽天市場で検索をした際、検索結果上部に掲載される 広告 ✓ 任意商品に対してキーワード別にCPC設定が可能 		中～多	大	大
クーポンアドバンス 広告	<ul style="list-style-type: none"> ✓ RPP同様、検索結果上部に掲載される 広告 ✓ ユーザーが興味を持ち、クーポンをクリックすると、クーポンの獲得と同時に商品ページへ移動 		中	中	中
TDA広告	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 楽天内ユーザーの興味・関心等でセグメントを設定して配信できるディスプレイ広告 ✓ 課金方法はIMP課金 		少～中	小～中	中～大
楽天市場広告	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 楽天スーパーSALEやお買い物マラソン等で購入できる純広告 ✓ 母の日やお歳暮などシーズン系の枠もある 		多	中～大	中～大



楽天市場内のリスティング広告にあたる広告です。
キーワード設定の自由度が最も高い広告となっており、楽天内SEO対策にも活用できます。

広告仕様

活用方法

掲載 イメージ



設定内容

- ✓ 商品毎にCPC10円～、キーワードCPC40円～設定可能
- ✓ キーワードは1商品10個まで設定可能
- ✓ 配信除外設定をしていない商品は全て配信される
※ CPC単価はキャンペーンCPC単価が適用される

● 検索順位の低いキーワード経由での売上獲得

- 検索順位の低いキーワードではアクセスがほぼ発生しないため売上獲得が期待できないが、RPP広告を活用することで獲得が可能になる
- 上記を応用させ、セール実施時等に合わせて入札強化することで、**短期的な売上集中による検索順位向上**を実現することも可能

● 競合ブランド/メーカーからのシェア奪取 (商標登録していないものに限る)

- 競合ブランド/メーカー名にて広告を配信することで、シェア率を奪取することが可能
- 逆に、自社商品の指名ワードで競合が広告を配信している場合は、**自社の指名ワードで配信することでシェアを取られない**よう運用することも可能

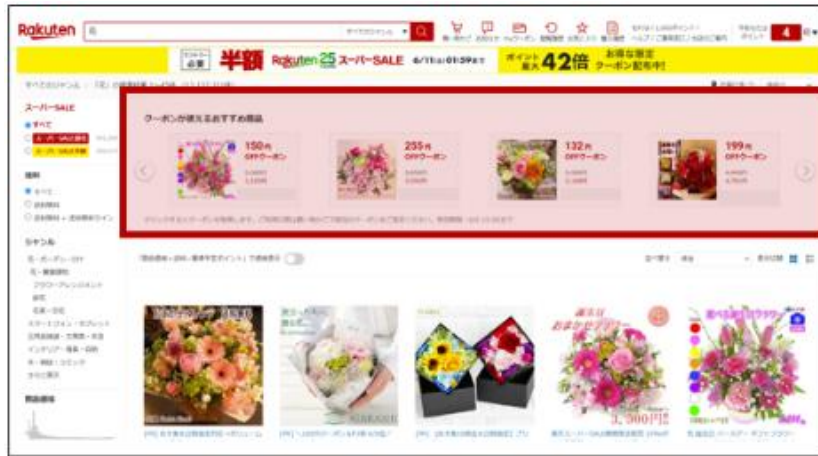


クーポン付きの広告を配信できる運用型広告です。
ユーザーに値引きされているように表示され、おトク感を強めることができ、高ROASを維持できます。

広告仕様

活用方法

掲載 イメージ



設定内 容

- ✓ 商品毎にCPC40円～、キーワードCPC40円～設定可能
- ✓ キーワードは1商品10個まで設定可能
- ✓ クーポン割引率は4%～手動で設定可能

● 転換率の低い商品での売上獲得

- 値引き表示で検索結果上位に表示できるため、転換率の低い商品での売上獲得が可能
- RPP広告と比べるとROASが+100～300%程度高くなる傾向が強く、費用対効果よく運用することが可能

● 検索順位の低いキーワード経由での売上獲得

- 検索順位の低いキーワードではアクセスがほぼ発生しないため売上獲得が期待できないが、クーポンアドバンス広告を活用することで獲得が可能になる
- 上記を応用させ、セール実施時等に合わせて入札強化することで、**短期的な売上集中による検索順位向上**を実現することも可能



興味・関心、性別・年齢等でセグメントを設定して配信できるディスプレイ広告です。
お気に入りページや閲覧履歴等、RPPでは配信できない面へ配信することが可能です。

広告仕様

活用方法

掲載 イメージ



設定内容

- ✓ 0.75～10.00円/Vimpで入札可能
※0.05円単位で調整可能
- ✓ 性別/年齢/閲覧履歴/購買履歴/自店舗来訪・購入履歴等細かくセグメントを設定可能
- ✓ バナーへの文字入れは遷移先ページ内に記載のあるもののみ掲載可能

● ターゲットユーザーからの売上獲得

- 性別/年齢を絞って配信できるため、イメージしているターゲット層に対してアプローチが可能

● 関連ジャンルに興味のあるユーザーからの売上獲得

- 楽天内ジャンルの閲覧履歴を絞って配信できるため、ユーザーの検索キーワード以外からのアプローチが可能

● リターゲティング広告として配信が可能

- 自店舗来訪・購入履歴でセグメントが切れるため、自店に訪れているが購入していないユーザーなどへのセグメント設定が可能



検索キーワードを設定し、楽天市場内の検索結果画面に露出できる広告です。

TDAキーワード配信とは

配信面

概要

- 特定のキーワードで検索した際に、楽天市場内の検索結果ページ最上部にバナーを掲載できる、Vimp課金型のディスプレイ広告
- 検索結果の最上部という視認性が高い掲載面にバナーで訴求することで、「商品」だけでなく「ブランド」を印象付けることが可能
- 入札単価は3.00円（最低）から0.05円刻みで設定可能

- KW検索結果画面の最上部
- 詳細は下図参照

イメージ図





楽天市場TOPや特集ページ等に配信できる純広告です。不特定多数のユーザーに表示されるため、検索連動型と比べてROASは低くなりやすいですが、新規顧客の獲得を強化できます。

広告仕様

活用方法

掲載イメージ



広告概要

- ✓ 楽天市場TOPページや特集ページ内の広告枠を買い取る純広告
- ✓ 枠により金額は異なるが5～50万円の枠が多い
- ✓ 楽天ECC(ECマースコンサルタント)から購入する、一般には出回っていない広告枠もある(自店舗のECCに確認)。

● 新規顧客獲得強化

- 検索結果以外の面からの顧客獲得が可能のため、潜在層へのアプローチが可能
- 上記のため、新規顧客獲得に寄与するが、ROASが低く出る傾向が強いため、LTVを加味したKPIの設定が必要
 - ※ ROAS 20～80%程度の枠が多い傾向だが、相性のいい広を選べばROAS200～400%も。

● 楽天市場内での店舗認知度強化

- 上記の通り潜在層へのアプローチが可能のため、楽天市場内での認知度強化が可能
- 楽天内で認知度を測る指標が存在しないため、効果検証が困難
 - ※ 指名ワードでの流入数の推移で計測することが一般的

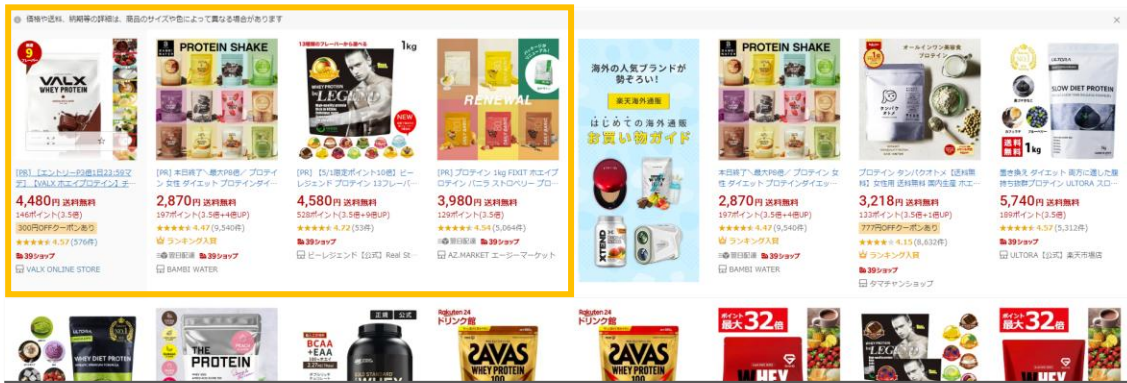
1. はじめに
2. 楽天市場内の運用型広告一覧
- 3. RPP広告（検索連動型広告）：検索トラフィックの確保とSEO相乗効果**
4. クーポンアドバンス広告：クーポンの販促効果による転換率（CVR）の改善
5. TDA広告：属性・行動データに基づいた認知と再訪の促進
6. 楽天市場広告：大型セール時におけるアクセス数の最大化
7. おわりに



楽天市場内の広告で費用対効果が高く、キーワードの検索結果への表示順位に大きく影響するため、まず最初に取り組むべき広告です。

RPP広告掲載イメージ

- 楽天市場内で検索順位を上げるためには、**検索経由の売上実績を積み上げることが重要**です。

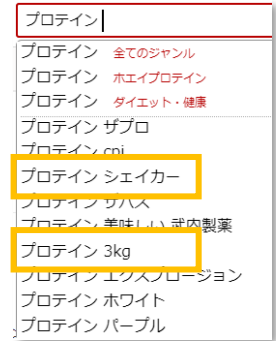


売れ筋や注力商品を中心にキーワード設定をする事で検索上位に表示。検索経由でのCVを稼ぐことで将来的には自然検索で設定したキーワードでの上位表示を目指します

広告設定について

1. キーワードの設定

- 特に検索で取りたいキーワードを楽天市場でのサジェストキーワードなどから設定。



2. CPCの調整

- CPCの調整にあたっては、キーワードの目安CPCに合わせて検索結果に表示されるようになる。
- 目安CPCは日々変化するため、**週に2~3回ほどのチューニングが重要**。
- お買い物マラソンなどイベントのタイミングで調整する事で経由売上の最大化を図る。



25年11月のアップデートにより、従来の商品CPCは上限CPCに変更になり、設定可能なCPCは20円からになりました。

RPP項目		従来(25年11月以前)	アップデート後(25年11月以降)	変更項目
RPP広告	商品CPC (アップデート後：上限CPC)	<ul style="list-style-type: none"> 最低CPC：10円 	<ul style="list-style-type: none"> 上限CPC：20円 	<ul style="list-style-type: none"> 商品CPCの自動最適化によって、これまでの最低CPCという概念がなくなり、あらたに上限CPCができました。 上限CPCとは自動最適化されるCPCの上限値を示しています。 例えば上限CPCを20円で設定した場合は～20円までの範囲で商品CPCが自動両性されるということを示しています。
	キーワードCPC	-	-	変更なし



以下はRPP広告の配信設定例になります。商品別にキーワード選定を行い、キーワードごとに目標となるCVRやCPCを設定しましょう。

設定内容例

#	商品管理番号	商品	キーワード	ターゲット	商品単価	想定CVR	想定CPC	想定ROAS
1-		単品	グラノーラ	準顕在層	1,592	10.00%	100	159.2%
2			グラノーラ 糖質オフ	準顕在層		10.00%	100	159.2%
3			グラノーラ 無糖	準顕在層		10.00%	100	159.2%
4			腸活 グラノーラ	準顕在層		10.00%	100	159.2%
5			オーガニック グラノーラ	準顕在層		10.00%	100	159.2%
6			無添加 グラノーラ	準顕在層		10.00%	100	159.2%
7			グラノーラ グルテンフリー	準顕在層		10.00%	100	159.2%
8			グラノーラ グルテンフリー オーガニック	準顕在層		10.00%	100	159.2%
9			ダイエット お菓子	潜在層		4.00%	60	106.1%
10			置き換え ダイエット 満腹	潜在層		4.00%	60	106.1%
11-	3袋セット		グラノーラ	準顕在層	4,632	2.50%	100	115.8%
12			グラノーラ 糖質オフ	準顕在層		2.50%	100	115.8%
13			グラノーラ 無糖	準顕在層		2.50%	100	115.8%
14			腸活 グラノーラ	準顕在層		2.50%	100	115.8%
15			オーガニック グラノーラ	準顕在層		2.50%	100	115.8%
16			無添加 グラノーラ	準顕在層		2.50%	100	115.8%
17			グラノーラ グルテンフリー	準顕在層		2.50%	100	115.8%
18			グラノーラ グルテンフリー オーガニック	準顕在層		2.50%	100	115.8%
19			ダイエット お菓子	潜在層		1.00%	60	77.2%
20			置き換え ダイエット 満腹	潜在層		1.00%	60	77.2%
21-	5袋セット		グラノーラ	準顕在層	7,562	1.50%	100	113.4%
22			グラノーラ 糖質オフ	準顕在層		1.50%	100	113.4%
23			グラノーラ 無糖	準顕在層		1.50%	100	113.4%
24			腸活 グラノーラ	準顕在層		1.50%	100	113.4%
25			オーガニック グラノーラ	準顕在層		1.50%	100	113.4%
26			無添加 グラノーラ	準顕在層		1.50%	100	113.4%
27			グラノーラ グルテンフリー	準顕在層		1.50%	100	113.4%
28			グラノーラ グルテンフリー オーガニック	準顕在層		1.50%	100	113.4%
29			ダイエット お菓子	潜在層		0.50%	60	63.0%
30			置き換え ダイエット 満腹	潜在層		0.50%	60	63.0%

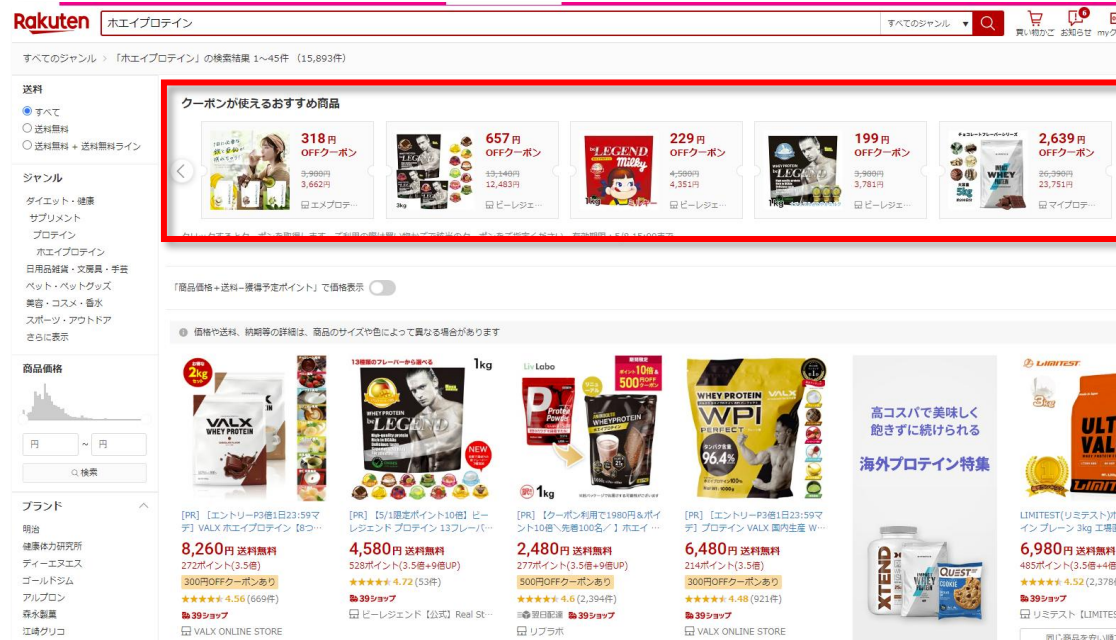


1. はじめに
2. 楽天市場内の運用型広告一覧
3. RPP広告（検索連動型広告）：検索トラフィックの確保とSEO相乗効果
- 4. クーポンアドバンス広告：クーポンの販促効果による転換率（CVR）の改善**
5. TDA広告：属性・行動データに基づいた認知と再訪の促進
6. 楽天市場広告：大型セール時におけるアクセス数の最大化
7. おわりに



消費者の購買履歴や閲覧履歴をベースによく購入される可能性が高いクーポン金額を表示して購入を促進する広告です。RPPに続き、費用対効果が非常に高い広告となります。

クーポンアドバンス広告掲載イメージ



広告設定について

- 運用においては、「**値引き率の上限**」や「**獲得クーポン単価**」の設定によって露出量が変わってきます。

1. 値引き率の上限

- 値引き率の上限を高くするほど、クーポンの露出量、獲得数、利用数ともに多くなります。

2. クーポン獲得単価

- 値引き率ほど影響はありませんが、クーポン獲得単価を引き上げることで、露出量を増やすことができます。

**値引き率を「中」から「高」に変更したことで、
利用枚数が2倍程度に増加した事例もあります**



以下はクーポンアドバンス広告の配信設定例になります。
運用が安定してきたら、商品別にキーワード選定を行い、集客を強化していきましょう。

キャンペーン設定項目

キャンペーン名 **【必須】** :

キャンペーン開始日 **【必須】** :

継続月予算 **【必須】** : **月予算を設定しましょう**

対象商品と割引プラン設定 **【必須】** :
 おまかせプラン (推奨) 最大値引率を設定すれば安心!
 お値引率設定プラン
 こたわり設定プラン 配信対象商品を選んでください!

クーポン1獲得あたりの入札単価 **【必須】** : **まずは最低額から設定しましょう**

対称商品「楽天AIで設定」の場合: 25円以上
 対称商品「ご自分で設定」の場合: 40円以上

クーポン併用可 **【必須】** :
 併用可 **基本的には併用不可設定としておきましょう**
 併用不可

1ユーザーあたりの利用回数上限 **【必須】** :
 無制限 **特に意図が無ければ無制限で問題ないです**
 上限回数を指定する (半角6桁以内)

配信プラン

		簡単に効果的な運用 をしたい	手間を減らしつつ 値引率はこだわりたい	配信商品を 自分で選定したい
		おまかせプラン	値引率設定プラン	こたわり設定プラン
商品選定 (クーポン獲得最低単価)		RMS登録全商品から 自動 で選定 (25円)	RMS登録全商品から 自動 で選定 (25円)	店舗様で選定 (40円)
値引率 設定	設定方法	楽天が最適値引率 を設定	店舗様で設定 (一律0%)	店舗様で設定 (一律0%)
	キャンペーン 最大値引率	可能 (上限0%)	-	-
	商品別 最大値引率	可能	可能	可能
除外商品登録		可能	可能	-

- **お任せプラン** :
 - 商品選定も割引率も、すべてAIに自動で設定させるプランです。
- **割引率設定プラン** :
 - 商品選定はAIに任せ、割引率のみ店舗側で手動で固定するプランです。
- **こたわり設定プラン** :
 - 商品選定も割引率も、すべて店舗側で手動で設定するプランです。

1. はじめに
2. 楽天市場内の運用型広告一覧
3. RPP広告（検索連動型広告）：検索トラフィックの確保とSEO相乗効果
4. クーポンアドバンス広告：クーポンの販促効果による転換率（CVR）の改善
- 5. TDA広告：属性・行動データに基づいた認知と再訪の促進**
6. 楽天市場広告：大型セール時におけるアクセス数の最大化
7. おわりに

【TDA広告】行動・属性ターゲティング - 概要

TDA広告



興味・関心、性別・年齢等でセグメントを設定して配信できるディスプレイ広告です。
お気に入りページや閲覧履歴等、RPPでは配信できない面へ配信することが可能です。

TDA広告（行動・属性ターゲティング）とは？

掲載イメージ

概要

- 0.75～10.00円/Vimpで入札可能
※0.05円単位で調整可能
- 性別/年齢/閲覧履歴/購買履歴/自店舗来訪・購入履歴等細かくセグメントを設定可能
- バナーへの文字入れは遷移先ページ内に記載のあるもののみ掲載可能

活用方法

- 関連ジャンルに興味のあるユーザーからの売上獲得
 - 楽天内ジャンルの閲覧履歴を絞り、ユーザーの検索キーワード以外からのアプローチが可能
- リターゲティング広告として配信が可能
 - 自店舗来訪・購入履歴でセグメントが切れるため、リタゲ設定が可能



【掲載箇所】検索結果画面の左側/閲覧履歴画面の左側/
スマートフォンのTOP画面/お気に入り画面/ランキング画面の左側/
商品レビューページ/もっと見る/楽天スーパーSALEなどのイベントページ



TDA広告配信にあたり確認しておきたい事項は以下の通りです。

検討事項①

検討事項②

(参考) 設定可能セグメント/ 入稿仕様

<p>キャンペーン名</p>	<ul style="list-style-type: none"> 255文字以内で設定 用途が一目で分かる設定にするのがおすすめ
<p>キャンペーン期間</p>	<ul style="list-style-type: none"> 4日から31日以内で設定可能 時間は以下で設定 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 10時or20時開始
<p>予算</p>	<ul style="list-style-type: none"> 最低5万円から設定
<p>入札単価</p>	<ul style="list-style-type: none"> 0.75～10.00円/Vimpで入札可能 ※0.05円単位で調整可能
<p>イベント時自動入札強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> 楽天市場内のイベント期間中に、入札単価を一定の割合で、自動的に強化する機能 <ul style="list-style-type: none"> ➢ ありorなし

<p>楽天市場外配信</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「楽天市場外配信」では、「標準」「積極」「なし」から選択 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 「なし」推奨
<p>配信ペース</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「アクセス量に合わせて最大配信」、もしくは「予算を日ごとに均等配信」から選択
<p>設定URL</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「商品ページをリンク先に設定する」、「店舗トップページ、カテゴリページ、GOLDページをリンク先に設定する」から選択
<p>対象セグメント</p>	<ul style="list-style-type: none"> 右記セグメントから選択

【設定可能セグメント】

- 性別
- 年齢
- 会員ランク
- 居住地域
- 閲覧履歴
- イベント
- 購入履歴
- ユーザー傾向
- 3ヶ月以内3回以上購入

【入稿仕様】

- 全4種入稿
 - a.1280×200 px
 - b.880×320 px
 - c.400×800 px
 - d.480×360 px



検索キーワードを設定し、楽天市場内の検索結果画面に露出できる広告です。

TDA広告（検索ターゲティング）とは？

掲載イメージ

概要

- 3.00～10.00円/Vimpで入札可能
※0.05円単位で調整可能
- 楽天市場のカテゴリや検索キーワードで露出先を設定可能
- 検索連動型の側面を持つため、RPP広告と近い内容だがバナーを用いて視覚的に訴求できる
点に独自の強みを持っている

活用方法

- キーワードによる配信先の選定
 - 配信するキーワードが選べるため、自社の商品と親和性の高いワードや、競合の指名キーワードなどを設定





TDA広告配信にあたり確認しておきたい事項は以下の通りです。

検討事項①

検討事項②

検討事項③

キャンペーン名

- 255文字以内で設定
- 用途が一目で分かる設定にするのがおすすめ

キャンペーン期間

- 4～90日以内で期間設定可能
- 時間は以下で設定
 - 10時or20時開始

予算

- 最低5万円から設定

入札単価

- 3.00～10.00円/Vimpで入札可能
- ※0.05円単位で調整可能

配信キーワードタイプ

- 自動or手動
 - 自動は登録した商品に関するキーワードを自動で配信
 - 手動は配信するキーワードを手動で設定

配信ペース

- 「アクセス量に合わせて最大配信」、もしくは「**予算を日ごとに均等配信**」から選択

設定URL

- 「商品ページをリンク先に設定する」、「店舗トップページ、カテゴリページ、GOLDページをリンク先に設定する」から選択

配信キーワード

- 配信したいキーワードの設定
 - 1キャンペーンに対し最大50個のキーワード設定が可能

除外キーワード

- 除外したいキーワードの設定

1. はじめに
2. 楽天市場内の運用型広告一覧
3. RPP広告（検索連動型広告）：検索トラフィックの確保とSEO相乗効果
4. クーポンアドバンス広告：クーポンの販促効果による転換率（CVR）の改善
5. TDA広告：属性・行動データに基づいた認知と再訪の促進
- 6. 楽天市場広告：大型セール時におけるアクセス数の最大化**
7. おわりに



特集広告の掲載イメージと広告詳細は以下の通り。

掲載イメージ



広告詳細

【掲載箇所】

- 楽天市場トップページの上スライド箇所やJSバナー(左赤色で囲んでいる箇所)に掲載

【特徴】

- 下記の行事に合わせて特集ページが組まれる
 - 正月
 - バレンタイン
 - ホワイトデー
 - 母の日
 - 父の日
 - お中元
 - クリスマス
 - お歳暮
- 事前に申請を行い審査が通った店舗のみが購入できる
- 期間保証型広告
- 価格は3万円～500万円



イベント広告の掲載イメージと広告詳細は以下の通り。

掲載イメージ

12/26日 01:59まで エントリー必要 **ポイント最大43倍** **大感謝祭**

さらに楽天モバイルお申し込みでポイント最大52倍のチャンス

あなたポイント 合計 3倍

- R SPU! ポイント3倍
- 楽天会員 1倍
- 楽天モバイル +1倍
- 楽天モバイルキャリア決済 +0.5倍
- 楽天ひかり +1倍
- 楽天カード +2倍
- 楽天プレミアムカード +2倍

※ポイント付与には上限・条件があります。また「初利用で〇ポイント」はエントリーが必要です。

11/1から楽天ビューティの条件が変わりました **15倍** 楽天市場のお買い物がポイント

対象ショップ限定 開始2時間限定 **50%** OFFクーポン **大感謝祭**

SALE 超目玉商品

対象ショップ限定 エントリー&3,980円(税込)以上購入で **ポイント2倍**

人気の美顔ローラーも今なら! **50%** ポイント還元 **RakutenスーパーDEAL**

楽天モバイルお申し込みで12/19 20:00-12/26 1:59のお買い物がポイント **+9倍** ※条件あり **Rakuten Mobile**

※キャンペーン期間中にエントリーすれば、エントリー前のお買い物が買回りの対象となります(エントリー限定) 1ショップあたり期間中合計1,000円(税込)以上の購入が対象 / 権利上限ポイント数7,000(期間限定ポイント) 不適切な商品や価格表示を修正する

※掲載アイテムのうち一部エリアによっては送料無料でない場合がございます。詳しくは商品ページをご確認ください。

あなたへのお得なお知らせ

20:00 09:59 この時間の注目ピックアップ

お気に入り商品がクーポンでお得に購入するチャンスです

男の強さをサポート **10% OFF** 1分前 もっと見る

注目イベントをお見逃しなく!

タイムSALEも開催中

40%OFF/栄養素と水分をたっぷり閉じ込めた選べるクリーム 3,500円 **2,100円**

累計60万枚突破! 寝ながらスッキリ浮腫みケア靴下(日本製) 2,990円 **1,490円**

広告詳細

【掲載箇所】

- 楽天スーパーSALEやお買い物マラソンなどの定例イベントのイベントページに掲載

【特徴】

- タイムセール系の広告、クーポン系の広告、ジャンル特化型の広告など複数タイプの広告枠が存在
- 期間保証型広告
- 価格は3万~80万円
- イベント時に衝動買いされやすい商品(価格500円~2,000円前後)を掲載すると売れやすい
- ECCからのみ購入が可能のため、購入時はECCに依頼して購入してもらう



タイムセール広告の掲載イメージと広告詳細は以下の通り。

掲載イメージ

事前エントリー受付中! ポイント最大**43倍** **大感謝祭** [予告]12/19(日) 20:00スタート 最大**5,000**ポイント 当たるスロット開催中!

楽天市場トップ > 毎朝10時更新! タイムセール

最安値に挑戦! **24時間限定タイムセール**
商品は毎朝10時に更新! 10時から24時間限定でタイムセールを開催! 時間限定だから出来るセールプライス!

セール終了まであと **17時間00分20秒**

24時間限定タイムセールとは

<p>30%OFF</p> <p>【平専門店が誇る】本革オーレンワンカードケース 1,735円 送料無料</p>	<p>タイムセール中</p> <p>【クーポン利用で3,380円】上品&小顔みえトワール系 オーバーオーバーコート 6,970円 送料無料</p>	<p>タイムセール中</p> <p>2021年改良モデル! 足元広々でゆったり快適な「ワイ ド」パネルのセーダーシューズ 6,384円 送料無料 翌日配達</p>
<p>タイムセール中</p> <p>1点1,280円! 2点購入&クーポン利用で■ノンワイヤー 盛りレースブラ&ショーツSET</p>	<p>タイムセール中</p> <p>【送料無料】暖いのに軽か★最大4.3℃上昇! しっかり温め、 透がさない!! 発熱シンプルニット</p>	<p>タイムセール中</p> <p>緑古舞い舞な深蒸し茶100グラム4本! 静岡産産がふせ 茶。</p>

広告詳細

【掲載箇所】

楽天のトップページに掲載

【特徴】

- 10%以上の値引き商品が日替わりで掲載
- 販売期間設定が必須の枠のため、広告審査時から掲載が開始されるまで購入ができなくなるので注意が必要
- RMSから購入可能
- 期間保証型広告
- 価格は18,000円～64,000円



ニュース広告の掲載イメージと広告詳細は以下の通り。

掲載イメージ



広告詳細

【掲載箇所】

楽天が配信するメルマガに掲載

【特徴】

- 種類は多岐にわたり種類は下記
 - 楽天トラベルニュース
 - 楽天モバイルニュース
 - 楽天市場ニュース
 - 各ジャンルごとのニュース (インテリア、ファッション、家電など)
 - バーゲンニュース
- 配信通数に応じて広告単価が変動
- 広告によっては広告入稿画像内に文字入れ可能
- RMSから購入可能
- 価格は3万円～60万円

1. はじめに
2. 楽天市場内の運用型広告一覧
3. RPP広告（検索連動型広告）：検索トラフィックの確保とSEO相乗効果
4. クーポンアドバンス広告：クーポンの販促効果による転換率（CVR）の改善
5. TDA広告：属性・行動データに基づいた認知と再訪の促進
6. 楽天市場広告：大型セール時におけるアクセス数の最大化
7. おわりに



あなたの店舗、無料で診断してみませんか？

Proteinumでは**EC店舗の無料診断**を行っています。

「自店舗が伸びしろがあるのか分からない…」「そもそも何を改善すべきか分からない…」そんなお悩みにECの専門家集団である弊社が実際のデータを見ながらお答えします！

無料診断は毎月5件限定で行っておりますので、枠が埋まってしまいう前にお申し込みください！

▼ 無料診断はこちらをクリック ▼

Proteinum

楽天市場・Amazon・Yahooショッピング・自社EC(全カード対応可)

ECポテンシャル診断

独自分析データで導き出される **“店舗の伸びしろ”** を **無料診断!**

広告 SEO ページ リポート イベント対応

\\ 先着10社限定 // [詳細を見る](#)

楽天市場のRPP広告調整を自動化する『ECPRO』

弊社では、AI搭載の楽天RPP広告自動調整ツール『ECPRO』をご提供しております。
「セールタイミングに合わせた夜遅くのCPC調整」や「広告調整のためだけの休日出勤」の手間を省きます！

▼ [無料診断はこちらをクリック](#) ▼



ECPRO

RPP広告のAI自動運用システム【ECPRO】

- ✓ 目標ROASに合わせてCPCを自動調整
- ✓ 運用工数最大90%削減！
- ✓ 月額5,000円～導入可能！

2週間無料トライアルで
今すぐ効果を実感！

**2週間の無料トライアルを実施中です！
少しでも気になる方はぜひ上のリンクから！**

[ECPROの導入事例をしてみる](#)



Proteinumのサービスにご興味をお持ちいただき、より詳しいサービスの内容や導入事例、利用開始までの進め方など、ご質問やご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。



03-6419-7733

(対応時間 平日10:00~18:00)



info@proteinum.co.jp

サービス紹介

<https://proteinum.co.jp>

資料請求 (ダウンロード)

https://proteinum.co.jp/document_zoho/

ご支援実績 (導入事例)

<https://proteinum.co.jp/works/>

New! ⇒

EC虎の巻

<https://proteinum.co.jp/document/>

(ECで売上を上げるための「施策リスト」や、施策の実施効果を実データでまとめた「調査レポート」もご覧いただけます！)